

ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA

(STUDI PADA DEALER YAMAHA PT.UTAMA MEGAH SENTOSA BERSAUDARA)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)

Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika Dan Bisnis

Universitas Diponegoro

Disusun Oleh :

Yohanes Lorens Situmorang

NIM: 12010113120054

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2017**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Yohanes Lorens Situmorang

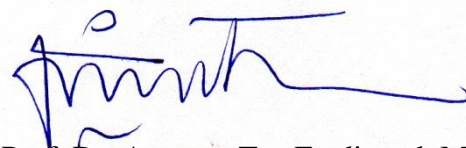
Nomor Induk Mahasiswa : 12010113120054

Fakultas/Jurusan : FEB/Manajemen

Judul Usulan Skripsi : **ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR YAMAHA (STUDI PADA DEALER
YAMAHA PT UTAMA MEGAH SENTOSA BERSAUDARA)**

Dosen Pembimbing : Prof. Dr. Augusty Tae Ferdinand, MBA.,DBA

Semarang, 12 Maret 2017
Dosen Pembimbing,



Prof. Dr. Augusty Tae Ferdinand, MBA.,DBA
NIP.1955.0423.1980.03.1.003

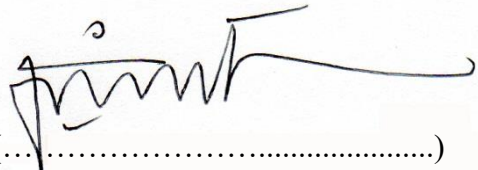
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Yohanes Lorens Situmorang
Nomor Induk Mahasiswa : 12010113120054
Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Manajemen
Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA
(STUDI PADA DEALER YAMAHA PT. UTAMA MEGAH
SENTOSA BERSAUDARA)**
Dosen Pembimbing : Prof. Augusty Tae Ferdinand, MBA., DBA

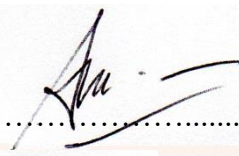
Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 18 April 2017.

Dosen Penguji:

1. Prof. Augusty Tae Ferdinad, MBA.,DBA (.....)



2. Dr. I Made Bayu Dirgantara, S.E., MM (.....)



3. Rizal Hari Magnadi, S.E., MM (.....)



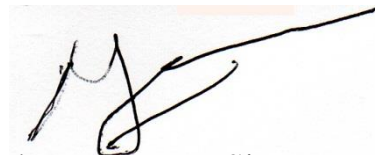
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, Yohanes Lorens Situmorang, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: “ ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA (STUDI PADA DEALER YAMAHA PT. UTAMA MEGAH SENTOSA BERSAUDARA) adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 12 Maret 2017

Yang membuat pernyataan



Yohanes Lorens Situmorang

NIM : 12010113120054

Motto dan Persembahan

(Yohanes 14 : 1-3)

“ Janganlah gelisah hatimu; percayalah kepada ALLAH, percayalah juga kepada-Ku. Dirumah Bapa-Ku banyak tempat tinggal. Jika tidak demikian, tentu Aku mengatakannya kepadamu. Sebab Aku pergi ke situ untuk menyediakan tempat bagimu.

(Mazmur 119 : 73)

Tangan-Mu telah menjadikan aku dan membentuk aku, berilah aku pengertian, supaya aku dapat belajar perintah-perintah-Mu.

Yesaya 60 : 1

“ Bangkit lah, menjadi terang lah, sebab terangmu datang dan kemulian Tuhan terbit atasmu. “

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

Bapa, sahabat, Tuhan dan Juruselamat ku Tuhan Yesus Kristus, bapaku terbaik inspirasi dan semangatku di dunia yang telah dipanggil oleh Tuhan Yesus Bintang Mangalam Situmorang, Mama ku terkasih ysng dengan tulus dan bekerja keras untuk membesarkan kami dalam kasih Tuhan Lermima Sitanggang Adek terbaik ku yang selalu mau mendengar, memberikan semangat dan menguatkan impian serta cita cita ku Samuel Ade Chrismanta Situmorang. Serta Teman- teman ku terkasih yang telah berproses dalam pelayanan yang selalu membantu dan menopang serta saling menguatkan dalam kasih dan pengharapan dari Tuhan Yesus Kristus. Kalian suri tauladanku !

ABSTRACT

Transport needs of motorcycles in Indonesia is increasing from year to year. And this is an opportunity for companies that offer products to increase motorcycle sales figures in various ways. This study aims to determine the effect of service quality product innovation, customer value and competitive prices on consumer purchasing decisions on the motorcycle when the motorcycle. With a variety of consumer needs while driving today many motorcycle manufacturers competing race to create and develop a motorcycle with a variety of the latest technology and innovation in order to provide comfort and convenience while driving. This also led consumers to become more selective in choosing and deciding to make a purchase motorcycles. This study uses five variables: quality of service, product innovation, customer value, competitive pricing and purchasing decisions. This study tested the hypothesis using data from 100 respondents. The analysis technique used in this research is to use a software program Statistical Package for Social Sciences (SPSS) 22. The results of this study indicate that the variable quality of service and product innovation positively affects customer value. Then, the customer value and competitive prices positively influence purchasing decisions.

Keywords: Service quality, Product Innovation, Customer Value, Competitive Pricing , Purchase Decision

ABSTRAK

Kebutuhan transportasi sepeda motor di Indonesia semakin meningkat dari tahun ke tahun. Dan ini adalah kesempatan bagi perusahaan yang menawarkan produk-produk sepeda motor untuk meningkatkan angka penjualan dengan berbagai cara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk kualitas pelayanan, nilai pelanggan dan harga yang kompetitif terhadap keputusan pembelian konsumen pada sepeda motor saat ini. Dengan berbagai kebutuhan konsumen saat berkendara saat ini banyak produsen sepeda motor yang berlomba-lomba untuk menciptakan serta mengembangkan sepeda motor dengan berbagai teknologi serta inovasi terkini guna memberikan kenyamanan serta kemudahan saat mengendarai. Hal ini pula yang membuat konsumen untuk menjadi semakin selektif dalam memilih dan memutuskan untuk melakukan pembelian sepeda motor. Penelitian ini menggunakan lima variabel: kualitas pelayanan, inovasi produk, nilai pelanggan, harga yang kompetitif dan keputusan pembelian. menguji hipotesis penelitian ini menggunakan data dari 100 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan program software Paket Statistik untuk Ilmu Sosial (SPSS) 22.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dan inovasi produk berpengaruh positif terhadap nilai pelanggan. Kemudian, nilai pelanggan dan harga yang kompetitif positif mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk, Nilai Pelanggan, harga Kompetitif, Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Puji Nama Tuhan,

Segala hormat, puji dan syukur serta kemuliaan dipanjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus untuk kasih-Nya yang sempurna dan tak berkesudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan penuh ucapan syukur. Penulisan skripsi dengan judul “ Analisis Faktor Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian pada dealer Yamaha PT. Utama Megah Sentosa Bersaudara di Kota Banjarbaru” ini disusun untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonimika dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro. Setiap pujian, hormat, kemuliaan kembali kepada Tuhan Yesus dan DIA semakin dipermuliakan melalui penelitian ini.

Bersamaan dengan ini, skripsi ini tidak selesai tanpa doa, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Suharnomo S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonimika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah banyak memberikan motivasi, bimbingan, serta semangat secara tidak langsung selama proses belajar mengajar di Kampus FEB UNDIP.
2. Prof. Augusty Tae Ferdinand, MBA., DBA, selaku dosen pembimbing yang sangat dicintai oleh semua mahasiswa/i di kampus dan yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan dukungan, motivasi dan bimbingan selama proses pengerjaan skripsi.
3. Dr. Rini Nugrahaeni, DRA., MM selaku dosen wali atas perhatian, bimbingan dan nasehat selama proses perkuliahan
4. Segenap dosen dan staf Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro atas ilmu dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis menjalani perkuliahan
5. Segenap karyawan, staf dan Pimpinan dealer Yamaha “ PT. UTAMA MEGAH SENTOSA BERSAUDARA” Bapak Martinus Radi yang sudah dengan tulus dan senang hati menerima dan membantu saya dalam melakukan proses penelitian
6. Keluargaku tercinta yang saling menopang aku dalam doa, menguatkan, memberikan dorongan, nasihat Firman Tuhan, ketulusan serta kasih sayang yang tiada henti Alm. Bintang Mangalam Situmorang, Lermima Sitanggang, Samuel Ade Chrismanta Situmorang. Keluarga ku di Semarang Bapak Uda

Lasma Situmorang, inang uda, Anggun Situmorang, Raja Oscar Situmorang, Heber Situmorang dan mas tekno serta Om Marsudi.

7. Sahabat seperjuangan dari semester 1-8 yang selalu ada dalam suka dan duka sobat berpetualangan menjelajahi kota Semarang dan sekitarnya, sobat berbagi kisah kehidupan masing-masing untuk dijadikan pelajaran kedepannya, sobat yang membuka cakrawala ku tentang dunia politik, serta cara menjadi pemimpin yang menjadi suri tauladan “ SAROUS A380 AIRBUS “ Filemon Pasaribu, Andres Jordan Sinaga, Immanuel Simbolon, Oky Novian W. Putra Sipanggaron, Deo Panggabean.
8. Sahabat seperjuangan, sobat-sobat yang selalu mengajak bertumbuh dalam iman dan pengharapan, sobat yang selalu mengingatkan dan menopang dalam firman ada saat sedih dan tawa sahabat (F4) Rendi Octorio Siregar, Samson Asian Simanjuntak, Andreas Partogi Panjaitan.
9. Sahabat seperjuangan, sohib sohib yang memberikan warna dalam kuliah dan pelayanan ku selama di Feb Undip dengan berbagai karakter yang unik serta menarik yang membuat aku bisa banyak belajar dari diri mereka masing-masing merubah kebiasaan buruk ku dan tentunya membawa aku selalu dalam sukacita dan memberikan semangat yaitu sahabat Pulung dan joyreg ku tercinta yang terdiri dari Octrine Bethary Simatupang, Sri sinurat, Jessica Sitepu, Jessica Theresia Hutajulu, Irviona Chintya Sitembem, Winny Brigitta Tambunan, Margareth Sihombing, Christy Natalia Silaban, Ruth Glori, dan Deasy Cico .
10. Sahabat seperjuangan selama pelayanan di PMK FEB UNDIP dalam bidang pemuridan (Komcil) yang luar biasa, mempunyai hati yang tulus dalam membantu, memiliki karakter-karakter yang lucu dan menghibur, sahabat yang bisa diajak berbagi kisah kehidupan baik dalam keadaan suka maupun duka serta saling mendoakan dan menguatkan satu sama lain sahabatku Darwis Septian Siahaan, Ridoan Sipahutar, Anna Octavia.
11. Teman yang baru baru ini dekat dan sekarang menjadi sahabat yang hatinya benar benar tulus dalam berbagi ilmu, lawan bicara tentang filsafat kehidupan, wawasan global, dunia penelitian dan teknologi Inung Widyo.
12. Kakak Abang alumni yang menjadi inspirasi ku untuk selalu sabar dan sukacita meskipun dalam tekanan selalu memberi semangat berbagi pendapat tentang impian dan masa depan masing-masing serta teman berbagi untuk memaknai arti perjuangan dan keras nya kehidupan Dwy Azarya Borneo Saragih, Johannes A Simatupang. Kaka Abang yang Selalu mendorong aku untuk terus semangat dalam mengerjakan skripsi, memberikan arahan serta motivasi untuk terus maju kak Frisca Aulia Silalahi, Mindouw Simboro, Simson Hutagalung, Roniassi Situmorang, Vijai Sembiring.

13. Teman Teman KKN Tim II 2016 yang menambah sukacita dalam hidupku, teman dalam suka dan duka selama KKN di desa Ngablak Bandungrejo Ardhia Nugraha, Andreas Bachda Muchamad, Antonius Widiarso, Ayu Riana, Hapsari Ayuningtias, Rizky Hardianti Effendi, Subagta Ayu, Arini Haq, Rosmaya Adriyati.
14. Sahabat teman-teman bimbingan Prof. Agusty Tae Ferdinand yang telah selalu dan memberikan semangat, dorongan serta masukan untuk terus maju pantang menyerah dalam mengerjakan skripsi sampai selesai Lolita Desy, Anastania Shafira, Burhanuddin Abimanyu, Zati Hanani dll
15. Sahabat satu kos dari semester satu hingga sekarang teman berbagi pengalaman dalam duka dan suka selama berada di kos tercinta “ Nazwa Kost” serta yang saling membantu dan menguatkan disaat saya sedang membutuhkan Yenario Kirbi Simbolon, Fardin Arya, Satria dll.
16. Saudara Komcil “Little Flock” yang di kepalai oleh abang Komcil panutan kami Roniassi Situmorang bersama brocil-brocil kebanggaan ku Niko Bonar Manurung, Ebenezer Saragih dan Ricky Rilo Mangulahi Saragi. Tuhan berkati Komcilan kita selalu dan semakin intens untuk temuan komcil nya di masa yang akan datang.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
BAB II TELAAH PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Nilai Pelanggan.....	13
2.1.2 Kualitas Pelayanan.....	15
2.1.3 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Nilai Pelanggan.....	20
2.1.4 Inovasi Produk	21
2.1.5 Hubungan Inovasi Produk dengan Nilai Pelanggan	24
2.1.6 Keputusan Pembelian	26
2.1.7. Hubungan Nilai Pelanggan dengan Keputusan Pembelian	28
2.1.8 Harga Kompetitif Produk	29
2.1.9 Hubungan Harga Kompetitif Produk dengan Keputusan Pembelian ..	31
2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	35

3.1.1 Variabel Penelitian.....	35
3.1.1.1 Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	35
3.1.1.2 Variabel Intervening (Antara)	36
3.1.1.3 Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	36
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	36
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel.....	39
3.2.1 Populasi.....	39
3.3 Jenis dan Sumber Data	40
3.3.1 Jenis Data	40
3.3.2 Sumber Data	41
3.4 Metode Pengumpulan Data	41
3.5 Metode Analisis Data	42
3.5.1 Uji Validitas.....	42
3.5.2 Uji Reliabilitas	43
3.6 Uji Asumsi Klasik	43
3.6.1 Uji Multikolinieritas	43
3.6.2 Uji Heterokedastisitas	44
3.6.3 Uji Normalitas	44
3.7 Analisis Regresi Berganda	45
3.8 Uji Goodness of Fit	46
3.8.1 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)	46
3.8.2 Uji Kelayakan Model (Uji F).....	47
3.8.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	47
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	49
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	49
4.1.2 Perkembangan Sepeda Motor Yamaha di Indonesia	50
4.2 Gambaran Umum Responden	51
4.3 Analisis Indeks Jawaban Responden.....	53
4.3.1 Analisis Indeks Jawaban Kualitas Layanan.....	55

4.3.2 Analisis Indeks Jawaban Inovasi Produk	56
4.3.3 Analisis Indeks jawaban Nilai Pelanggan.....	58
4.3.4 Analisis Indeks Jawaban Harga Kompetitif	60
4.4 Analisis Hasil Penelitian	63
4.4.1 Uji Realibilitas dan Validitas	64
4.4.1.1 Uji Realibilitas.....	64
4.4.1.2 Uji Validitas	65
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	66
4.4.2.1 Uji Multikolineritas	66
4.4.2.2 Uji Heterokedastisitas.....	67
4.4.2.3 Uji Normalitas	69
4.4.3 Uji Regresi Linier Berganda.....	73
4.4.4 Uji Goodness of Fit.....	76
4.5 Pengujian Hipotesis	82
4.5.1 Pengujian Hipotesis 1	82
4.5.2 Pengujian Hipotesis 2	82
4.5.3 Pengujian Hipotesis 3	83
4.5.4 Pengujian Hipotesis 4	83
BAB V PENUTUP.....	84
5.1 Ringkasan Penelitian	84
5.2 Kesimpulan Hipotesis.....	86
5.2.1 Kesimpulan Hipotesis 1	86
5.2.2 Kesimpulan Hipotesis 2.....	87
5.2.3 Kesimpulan Hipotesis 3	88
5.2.4 Kesimpulan Hipotesis 4.....	89
5.3 Kesimpulan Masalah Penelitian	90
5.4 Implikasi Manajerial.....	92
5.5 Keterbatasan Penelitian	96
5.6 Penelitian Mendatang	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN	101

LAMPIRAN B TABULASI DATA PENELITIAN	109
LAMPIRAN C HASIL PENELITIAN	112

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Jumlah Penjualan Sepeda Motor di Indonesia Tahun 2013-2015 ..	5
Tabel 1.2	Data Penjualan Sepeda Motor di Indonesia Per Juni Tahun 2014-2016 ..	5
Tabel 1.3	Data Penjualan Motor Yamaha dari tahun 2010- 2015 di Kota Banjarbaru	7
Tabel 4.1	Responden berdasarkan jenis kelamin	51
Tabel 4.2	Responden berdasarkan usia	52
Tabel 4.3	Responden berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Latar Pendidikan	53
Tabel 4.5	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan	55
Tabel 4.6	Analisis Deskriptif Kualitas Layanan	56
Tabel 4.7	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Inovasi Produk	57
Tabel 4.8	Analisis Deskriptif Inovasi Produk	58
Tabel 4.9	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Nilai Pelanggan	59
Tabel 4.10	Analisis Deskriptif Nilai Pelanggan	60
Tabel 4.11	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Harga Kompetitif	61
Tabel 4.12	Analisis Deskriptif Harga Kompetitif	61
Tabel 4.13	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	62
Tabel 4.14	Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian	63
Tabel 4.15	Uji Realibilitas	64
Tabel 4.16	Uji Validitas	65
Tabel 4.17	Hasil Uji Multikolineritas Struktur 1	66
Tabel 4.18	Hasil Uji Multikolineritas Struktur 2	67
Tabel 4.19	Hasil Uji Regresi Linier Berganda Struktur 1	73
Tabel 4.20	Hasil Uji Analisis Linier Berganda Struktur 2	75
Tabel 4.21	Hasil pengujian Koefisien determinasi Struktur 1	77
Tabel 4.22	Hasil Pengujian Regresi Koefisien Determinasi struktur 2	77
Tabel 4.23	Hasil Uji Signifikansi F Struktur 1 (Uji Statistik F)	79
Tabel 4.24	Hasil Uji Signifikansi F Struktur 2 (Uji Statistik F)	79
Tabel 4.25	Hasil Uji Parsial (Uji T) Struktur 1	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	33
Gambar 4.1 Uji Heterokedastisitas	68
Gambar 4.2 Uji Heterokedastisitas	69
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram) Struktur 1	70
Gambar 4.4 PP Plot	71
Gambar 5.1 Peningkatan Keputusan Pembelian	90
Gambar 5.2 Peningkatan Keputusan Pembelian	91
Gambar 5.3 Peningkatan Keputusan Pembelian	92

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini, kebutuhan masyarakat untuk kendaraan bermotor semakin meningkat. Dimana tingkat aktivitas masyarakat yang semakin tinggi yang tentunya semakin banyak memerlukan transportasi sebagai sarana untuk mempermudah dalam melakukan aktivitas. Sebagian besar masyarakat Indonesia memilih kendaraan bermotor roda dua sebagai alat transportasinya. Industri kendaraan roda dua Indonesia menduduki posisi ketiga terbesar di dunia. Posisi pertama ditempati China, kemudian disusul oleh India. Di kawasan Asia Tenggara, Indonesia masih merajai produksi sepeda motor di antara negara-negara anggota Federasi Otomotif ASEAN (FOA). Indonesia berada di peringkat pertama dengan jumlah produksi 7.141.586 unit pada tahun 2012. Sementara itu, Thailand berada di posisi kedua dengan jumlah produksi 2.130.067 unit. Keberadaan sepeda motor di Indonesia terhitung sudah lebih dari satu abad, atau tepatnya dimulai pada tahun 1893.

Kehadiran Astra Honda Motor (AHM) nyatanya menjadi awal berdirinya bagi kehadiran pabrikan sepeda motor asal Jepang lainnya. Tepat 2 tahun berselang, PT. Indohero Steel & Engineering atau sekarang lebih dikenal dengan nama PT. Suzuki Indonesia Manufacturing (SIM). Setelah Suzuki mendirikan pabriknya di Indonesia PT YAMAHA Indonesia Motor Manufacturing masuk ke Indonesia setahun berselang. Setelah itu, pabrikan asal Jepang lainnya yakni Kawasaki juga masuk ke Indonesia pada tahun 1980 an, dimana pada saat itu masing menggunakan

nama PT Bintang Terang sebelum akhirnya sekarang menjadi PT Kawasaki Motor Indonesia (KMI).

Menurut Kotler (2005), Perusahaan dalam memenangkan persaingan harus menampilkan produk terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah ubah. Saat ini kendaraan roda dua atau sepeda motor tidak hanya sebagai kebutuhan yang hanya cukup dilengkapi saja namun memiliki sepeda motor sudah merupakan bagian dari gaya hidup masyarakat terutama masyarakat perkotaan. Bagi kalangan anak muda terutama yang sedang mencari jati diri memiliki sepeda motor sudah merupakan sebagai keharusan bagi mereka untuk memilikinya. Biasanya kalangan anak muda dalam melakukan keputusan pembelian terhadap kendaraan sepeda motor mempertimbangkan dari desain produk yang menarik serta fitur fitur canggih terkini yang membuat mereka menjadi lebih mudah, nyaman dan percaya diri tentunya dalam memakai produk tersebut. Oleh karena itu persaingan di antara para Produsen sepeda motor semakin ketat. Dimana setiap perusahaan harus terus melakukan inovasi produk baik dari segi warna desain fitur yang semakin canggih dan menarik agar dapat terus memanjakan konsumen dalam menggunakannya.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007:485) dalam Putra L.P (2015) keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih. Dengan kata lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Jika seseorang mempunyai pilihan antara melakukan pembelian atau tidak, orang itu berada dalam posisi mengambil keputusan.

Faktor Nilai atau manfaat yang diterima oleh konsumen dengan apa yang telah ia berikan merupakan pertimbangan keputusan pembelian bagi konsumen untuk memilih dan membeli suatu produk. Faktor faktor tersebut mencakup kualitas pelayanan, inovasi produk, harga kompetitif dan Nilai pelanggan.

Menurut Kotler (2015), Keputusan pembelian adalah Suatu tahap dimana konsumen membuat preferensi diantara merek merek yang berada di pasar dan memutuskan untuk membeli produk mana yang akan dipilih dari merek merek yang ada. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah oleh masyarakat sebelum konsumen memutuskan untuk membeli, biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu yaitu (1) pengenalan masalah; (2) Pencarian Informasi; (3) Evaluasi alternatif; (4) keputusan membeli; (5) Perilaku pascapembelian.

Menurut Siagian (2006) dalam proses pengambilan keputusan terdapat keterkaitan langsung antara tindakan yang diambil dengan tujuan dan berbagai sasaran yang ingin dicapai. Proses pengambilan keputusan mau tidak mau harus memperhitungkan nilai-nilai yang mampu dicapai.

Faktor terpenting yang harus diperhatikan oleh konsumen dalam membeli suatu produk yaitu seberapa besar biaya yang diperlukan untuk memperoleh produk tersebut. Banyak nya produk yang menawarkan keunggulan – keunggulan yang dimiliki oleh masing – masing produk, membuat konsumen kesulitan untuk membedakan produk – produk tersebut. Demi menarik perhatian dan agar

konsumen bersedia membeli produk yang dihasilkan nya maka perusahaan otomotif harus terus berinovasi terhadap produknya.

Merek merupakan faktor terpenting di dalam persaingan dan menjadi aset perusahaan yang bernilai. *American Marketing Association* (AMA) mendefinisikan brand sebagai “nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan, atau kombinasi dari semuanya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa penjual atau kelompok penjual dan untuk mendiferensiasikannya dari barang atau jasa pesaing

Seiring meningkatnya kebutuhan dan perkembangan jaman membawa dampak positif bagi perusahaan otomotif. Salah satunya yaitu alat transportasi darat seperti sepeda motor. Konsumen memilih sepeda motor sebagai sarana transportasi agar lebih cepat dan irit ditambah keadaan jalan raya yang semakin padat. Saat ini banyak bermunculan berbagai merek sepeda motor dengan kualitas yang bagus serta harga yang cukup bersaing. Bagi perusahaan otomotif hal ini merupakan suatu peluang untuk menguasai pangsa pasar. Banyak produsen sepeda motor yang memproduksi sepeda motor untuk dijual di pasar dan terjadilah persaingan yang sangat ketat karena dalam industri ini akan meraup keuntungan yang sangat besar jika mampu menguasai pangsa pasar. Diantara perusahaan – perusahaan yang produknya beredar di Indonesia perusahaan besar ternama yang saling bersaing untuk menguasai pangsa pasar ialah adalah merek Yamaha, Honda, Suzuki, TVS, Kawasaki. Berikut ini adalah beberapa data jumlah penjualan sepeda motor merek Yamaha 2013 sampai 2015 di Indonesi

Tabel 1.1

Data Jumlah Penjualan Sepeda Motor di Indonesia

MEREK	TAHUN		
	2013	2014	2015
Honda	4.696.999	5.051.100	4.453.888
Yamaha	2.492.596	2.371.082	1.798.630
Suzuki	393.083	275.067	109.882
Kawasaki	151.073	165.371	115.008
TVS	8.778	9.575	2.747

Sumber : <http://triatmono.info/data-penjualan-tahun-2012/data-penjualan-motor-tahun-2005/>

Berdasarkan sumber di atas dapat kita peroleh informasi mengenai beberapa jumlah penjualan sepeda motor yang terjual di Indonesia pada tahun 2013, 2014, dan 2015. Dari tabel 1.1 menunjukkan bahwa penjualan di tahun 2014 dan 2015 penjualan motor Yamaha mengalami penurunan yang cukup signifikan. Dimana penjualan Yamaha yang awalnya pada tahun 2013 menjual 2.492.596 unit mengalami penurunan penjualan motor di tahun 2014 sebesar 121.514 unit dan ditahun 2015 mengalami kemerosotan penjualan cukup besar sebesar 517.452 unit. Dimana pada tahun 2015 Merek Sepeda Motor Yamaha hanya mampu menjual motor sebanyak 1.798.630 unit.

Tabel 1.2

Data Penjualan Sepeda Motor di Indonesia Juni Tahun 2014 Sampai 2016

Merek	Juni 2014	Juni 2015	Juni 2016	Market Share %
Honda	472.027	364.660	380.019	73.24 %
Yamaha	235.821	200.451	127.224	24.52 %
Suzuki	27.279	13.735	7.708	0.73%
Kawasaki	16.217	9.256	3.780	1.48 %

TVS	2.445	573	147	0.03 %
Total	753.789	588.675	518.878	

Sumber : <https://rideralam.com/2016/07/22/data-aisi-juni-2016-marketshare-honda-73-yang-lain-makin-tertinggal/>

Data ini didapat dari Asosiasi Industri Sepeda Motor (AISI) yang dikutip oleh rideralam.com. Dari data AISI diatas dapat kita lihat bahwa penjualan sepeda motor di bulan Juni tahun 2016 hanya mencapai 127.224 unit yang mana ini lebih rendah dibanding angka penjualan sepeda motor pada tahun 2015 sebanyak 200.451 dan penjualan di tahun 2014 sebanyak 235.821 unit.

Terlihat pada tabel 1.2 bahwa Honda masih tetap dominan di pertengahan tahun ini, bahkan market share dari Honda sangat mengesankan mendominasi hingga 73.24% . Persentase pertengahan tahun ini honda lebih tinggi di bulan yang sama tahun lalu sebesar 68.1%.

Kemudian disusul Yamaha yang pada bulan Juni tahun 2016 berhasil menembus penjualan sepeda motor hingga 127.224 unit. Namun, angka penjualan Yamaha pada bulan Juni ini mengalami penurunan penjualan yang sangat signifikan dibanding dengan penjualan Yamaha bulan juni tahun lalu sebesar 73.224 unit.

Setelah itu disusul Suzuki yang pada Juni 2016 juga merosot penjualannya dari bulan Juni 2015 – 2016 sebesar 6027 unit. Demikian pula dengan Kawasaki dan TVS yang mengalami penurunan penjualan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun dimana Kawasaki mengalami penurunan penjualan sebesar 5505 unit dari bulan Juni 2015 ke bulan Juni 2016. Sedangkan TVS mengalami mengalami penurunan penjualan dari bulan Juni 2015 – Juni 2016 sebesar 326 unit.

Merek motor yang mengalami peningkatan penjualan ialah merek Honda dimana Honda mengalami peningkatan penjualan motornya tersebut dari bulan juni 2015 – juni 2016 sebesar 15359 unit. Persaingan diantara Honda dan yamaha semakin ketat. Honda mengalami peningkatan dari tahun 2015 – 2016, tetapi sebaliknya Yamaha mengalami penurunan selain itu data tabel dibawah ini menunjukkan penurunan penjualan sepeda motor Yamaha di dari tahun 2011 sampai 2016 di dealer Yamaha PT. Utama Megah Sentosa Bersaudara.

Tabel 1.3

Data Penjualan pada dealer Yamaha PT. Utama Megah Sentosa Bersaudara

No	Tahun (unit)					
Bulan	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Januari	182	173	145	99	50	35
Februari	164	127	121	72	36	30
Maret	190	151	127	60	31	24
April	171	149	117	80	50	22
Mei	168	175	118	57	34	20
Juni	166	131	139	67	38	34
Juli	191	131	151	75	40	32
Agustus	200	158	119	82	40	42
September	187	119	117	65	34	38
Oktober	175	117	92	51	43	44
November	182	130	96	51	26	47
Desember	161	147	128	59	31	41

Sumber : Dealer Yamaha PT. Utama Megah Sentosa Bersaudara

kehidupan masyarakat saat ini turut mempengaruhi pola perilaku masyarakat dalam melakukan keputusan pembelian. Kehidupan masyarakat modern seringkali diidentikkan dengan gaya hidup yang selalu mengikuti trend atau perkembangan jaman. Termasuk perkembangan yang berhubungan dengan inovasi produk seperti inovasi produk sepeda motor, pada perkembangan desain dan model sepeda motor

yang selalu diperbaharui dengan inovasi inovasi dari berbagai produsen sepeda motor. Dalam kondisi seperti ini, keputusan pembelian merek turut berperan dalam gaya hidup modern, sehingga keinginan untuk membeli produk yang bermerek turut mewarnai pola konsumsi seseorang. Dalam memilih produk yang diinginkan konsumen harus bersikap bijak, cermat, efisien dan efektif. Dengan adanya sikap itu, konsumen tidak akan kecewa dengan apa yang telah mereka beli. Konsumen akan membeli produk dengan harga yang sesuai dengan kemampuannya untuk membeli produk yang diinginkannya, Konsumen akan memilih produk yang kualitasnya lebih baik dari produk pesaing yang beredar dipasar seperti kualitas pelayanan yang diberikan oleh merek tersebut. kualitas pelayanan dari suatu merek dapat meliputi dari kualitas pelayanan yang lebih baik dari produk pesaing yang beredar di pasar.

Berdasarkan uraian diatas, maka judul penelitian ini adalah “Analisis faktor faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Yamaha ”

1.2 Perumusan Masalah

Dari latar belakang dan data yang diperoleh diatas menunjukkan bahwa penjualan sepeda motor Yamaha mengalami penurunan dalam penjualan. Hal itu dapat diketahui berdasarkan data dari beberapa tabel diatas yang menunjukkan bahwa dalam penjualan sepeda motor merek Yamaha terus mengalami penurunan. Beberapa tabel yang mengalami menunjukkan bahwa Sepeda Motor merek Yamaha mengalami penurunan penjualan ditunjukkan pada tabel 1.2 dan tabel 1.3, dimana pada tabel 1.2 menunjukkan perbedaan market share yang lebih unggul dimana

Honda sebagai pemimpin pasar pada bulan Juni tahun 2016 ini yaitu sebesar 73.24 % setelah itu Yamaha sebesar 24.52 % yang mengalami penurunan penjualan. Pada tabel 1.3 dapat kita lihat penurunan penjualan yang sangat menurun dimana pada bulan desember 2014 terjual sebanyak 59 unit sedangkan pada Desember 2015 hanya terjual 31 unit.

Dari data terbaru tersebut dapat kita lihat bahwa sepeda motor merek Yamaha mengalami penurunan dan besar penjualannya lebih jauh dibawah Honda walaupun sepeda motor merek Yamaha adalah peringkat dua setelah Honda. Permasalahan yang menjadi dasar dalam penelitian ini adalah terdapat penurunan penjualan pada sepeda motor merek Yamaha.

Berdasarkan latar belakang dan uraian yang dikembangkan diatas, masalah penelitian yang dapat dikembangkan adalah “bagaimana meningkatkan penjualan sepeda motor pada dealer PT. Utama Megah Sentosa Bersaudara dengan memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk sepeda motor merek Yamaha”. Dari permasalahan tersebut maka akan dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap nilai pelanggan konsumen akan berdampak pada keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha ?
2. Apakah Inovasi produk berpengaruh terhadap nilai pelanggan akan berdampak pada keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha
3. Apakah Nilai pelanggan Konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap sepeda motor merek Yamaha ?

4. Apakah Harga kompetitif produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap sepeda motor merek Yamaha ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis :

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap nilai pelanggan yang berdampak pada keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha
2. Menganalisis pengaruh Inovasi Produk terhadap nilai pelanggan yang akan berdampak pada keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha
3. Menganalisis pengaruh nilai pelanggan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk sepeda motor merek Yamaha
4. Menganalisis pengaruh harga kompetitif produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha.

1.4 Manfaat Penelitian

Setelah penelitian ini selesai dilaksanakan, maka hasil yang didapat diharapkan dapat memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menerapkan ilmu yang telah di dapat dibangku kuliah ke dunia usaha yang sebenarnya dan sebagai tugas akhir syarat kelulusan sarjana.

2. Bagi pihak Perusahaan

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi dalam pengambilan kebijakan yang berkaitan dengan upaya membangun hubungan baik dengan konsumen dan referensi bagi pengembangan riset dikemudian hari.

3. Bagi Kalangan Akademik

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dan tambahan referensi kepada kalangan akademik, terutama mahasiswa yang akan melakukan penelitian mengenai Yamaha dan dalam hal pengembangan studi mengenai pemasaran.

1.5 Tujuan Penelitian

BAB I : Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah, batasan penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II : Landasan Teori

Dalam bab ini akan diuraikan beberapa teori yang dapat digunakan sebagai kerangka pemikiran teori atau landasan penelitian dan hipotesis.

BAB III : Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang obyek/subyek penelitian, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampling, jenis data, metode pengumpulan data, definisi operasional, uji kualitas instrumen, alat analisis data.

BAB IV : Analisis dan Pembahasan

Bab ini membahas profil objek penelitian, pengujian, dan hasil analisa data, pembuktian hipotesis, pembahasan hasil dan jawaban dalam penelitian ini.

BAB V : Penutup

Bab ini berisi kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini, keterbatasan penelitian dan saran-saran yang ditujukan untuk penelitian berikutnya.